

Sutandi Purnomosidi, Direktur Marketing Pakuwon Group

# Melayani Pengunjung dan Penyewa

PUSAT perbelanjaan saat ini tidak hanya memiliki fungsi tunggal sebagai tempat jual beli modern, tempat bertemunya penjual dan pembeli. Akan tetapi fungsinya kini kian meluas, bukan hanya menjadi tempat jual beli saja, tapi juga tempat mencari hiburan, tempat berkumpul bersama keluarga maupun rekan, secara umum bisa disebut sebagai *social center*.



**PAKUWON GROUP**

Oleh karenanya, Pakuwon Group juga memaknai pelayanan bukan secara tunggal, akan tetapi menjadi lebih luas dan lebih dari apa yang diharapkan, bukan hanya pengunjung, tetapi juga para penyewa dan para karyawannya.

Kami mencoba menempatkan posisi Pakuwon Group agar dapat melayani semua pihak dan segmen, dapat membuat mereka nyaman dan aman dengan lingkungan yang kami ciptakan, tentunya tanpa melupakan harapan-harapan kedepan untuk menjadi lebih baik lagi.

Di sinilah kami mencoba menempatkan pelayanan kami, dan mencoba mengakomodasi kebutuhan mereka (pengunjung dan penyewa) secara berbeda dengan yang lain berikan. Karena di sini kami memiliki dua pelanggan, yaitu penyewa (*tenant*) dan pengunjung mall.

Baik di Tunjungan Plaza (TP) maupun Supermal-PTC, kami memberikan pelayanan yang bersifat kontinu. Bukan sekedar pelayanan terbaik saat ini, akan tetapi juga melakukan peningkatan pelayanan dan fasilitas untuk ke depannya.

Seperti di TP, kami bukan hanya mengembangkan area superblok dengan proyek baru TP 5 dan TP 6 yang



Sutandi Purnomosidi

dirancang sesuai kebutuhan dan gaya masa depan. Akan tetapi dilakukan renovasi dan modernisasi apa yang sudah ada, dalam hal ini TP 1, 2, 3 dan 4.

Begitu juga dengan Supermal-PTC, manajemen menyiapkan pengembangan melalui Supermal Extension. Karena kami peduli, dapat membaca kebutuhan, keinginan pelanggan dan potensi ke depan. Pakuwon Group selalu melakukan peningkatan layanan dan fasilitas yang ada.

Dari situ diharapkan ada masukan, saran, kritik, juga harapan pengunjung dan penyewa (*tenant*) terhadap pembenahan, pengembangan atau peningkatan fasilitas dan layanan apa yang mereka harapkan.

Kami peduli dan ingin memberikan lebih dari sekedar apa yang mereka harapkan. Itu sebagai bentuk apresiasi, terima kasih dan penghargaan atas loyalitas pelanggan.

Sebagai pusat perbelanjaan yang juga merupakan sebuah *social center*, Pakuwon Group juga ingin menghadirkan program dan hiburan-hiburan bagi pengunjung dan masyarakat.

Di mana kebutuhan mereka datang ke mall bukan hanya sekedar untuk belanja, tetapi juga kuliner dan mencari hiburan. Oleh karenanya kami secara rutin menghadirkan beragam event hiburan berskala besar, nasional maupun internasional untuk semua segmen, mulai anak-anak, remaja hingga orang dewasa.

Masing-masing pusat perbelanjaan Pakuwon Group, termasuk TP dan Supermal-PTC memiliki karakteristik dan dominasi segmen yang kami sasar. Sebagai contoh, untuk Supermal-PTC merupakan pusat perbelanjaan *family oriented* (orientasi pada keluarga). Desain, lingkungan yang kami ciptakan, arena hingga *tenant-tenant* yang ada kami pilih yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Untuk TP sendiri pangsa pasar yang dominan adalah executive, family dan teenager. Kami pun mengaplikasikannya melalui semua lingkungan, arena-arena hingga penyewa yang ada di dalamnya yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Kami tidak berhenti untuk memberikan pelayanan dan fasilitas. Pakuwon Group juga terbuka untuk menerima saran dan kritik. Karena semua itu kami jadikan acuan untuk terus meningkatkan kinerja kami.

Terasuk penghargaan-penghargaan yang kami dapatkan, ini menjadi acuan penting dalam kinerja kami. Sekaligus sebagai cambuk agar Pakuwon Group terus maju.

Saran dan kritikan akan kami jadikan pola pikir baru untuk mengembangkan pusat-pusat perbelanjaan yang dimiliki Pakuwon Group. Besar harapan kami ini bisa menjadi pemicu, penyemangat dan dampak positif bagi pihak lain untuk turut meningkatkan pelayanan mereka. Memberikan kepuasan kepada pelanggan, untuk maju bersama.

*Together We Growth.* (nur/rak)

**Selamat dan Sukses**  
kepada  
**TAKSI BOSOWA**  
atas Penganugerahan

**sebagai TAKSI PELAYANAN TERBAIK**

PT MITRA MUDA SEJAHTERA | PT MAIZA LUBRICA | ACCU BRAZIL  
TOKO LIMA TIGA MOTOR | PT GALAXY | PT SUMBER SAKTI SEJAHTERA  
PT SINAR INTI PELANGI | TOKO JITU BEARING | BENGKEL KINTAMANI

Call Centre 031-5315151



**ICON OF SURABAYA:** Area atrium TP 3 diperkuat dengan desain artistik dan lebih terang

## Wajah Baru Tunjungan Plaza

Tampilan Lebih Segar, Wujudkan Eco Building

**ELEGANT:** Koridor TP 4 didominasi tampilan yang lebih glamor. Railing kaca, ceiling dengan pola unik dan sentuhan nuansa emas membuatnya tampak kian mewah



Tunjungan Plaza (TP) akan segera memiliki tampilan baru. Pusat perbelanjaan yang telah menjadi salah satu ikon Kota Pahlawan itu kini sedang dalam proses peremajaan untuk mendapatkan suasana yang lebih terang dan segar. Pengunjung setia TP akan melihat tampilan *fresh* di sepanjang TP 3 dan TP 4. Hal tersebut sudah menjadi komitmen TP untuk mempertahankan *image* sebagai mal *lifestyle* paling luas dan memiliki ragam brand ternama di Surabaya.

"Setelah beroperasi lebih dari 17 tahun, sudah saatnya TP kembali menghadirkan yang terbaik bagi pengunjung setia. Pembinaan itu meliputi banyak aspek yang bakal semakin menguatkan ciri khas TP," papar Sutandi Purnomosidi, *Marketing Director* Pakuwon Group.

Untuk memberikan hasil yang terbaik, proyek renovasi ditangani arsitek dari Singapura, Genius Loci, dan berbagai kontraktor andal. Pembinaan difokuskan pada bagian-bagian seperti *ceiling*, *lighting*, *railing*, dan *flooring*. Hasilnya, pusat perbelanjaan di jantung kota Surabaya itu akan semakin mewah, berkelas serta eksklusif. Tentunya, mal tersebut bakal membuat pengunjung lebih nyaman saat berbelanja, hang out atau sekedar menghabiskan waktu bersama teman maupun keluarga.

Bukti dan komitmen TP menghadirkan yang terbaik juga bakal diwujudkan dalam pembangunan TP 5 dan TP 6. Beragam label *fashion* internasional ternama yang menjadi kebutuhan masyarakat modern tersedia disini. TP 6 bahkan memiliki konsep yang berbeda karena memiliki prinsip *eco building*.

"Untuk memberikan kenyamanan selama pengunjung berada di dalam mal, renovasi dilakukan sejak pertengahan tahun 2013. Tentunya hal ini juga untuk mempersiapkan kehadiran TP 5 yang akan menjadi high end mall dengan brand-brand eksklusif dan mewah. Selain itu, TP 6 akan hadir pula sebagai ikon *lifestyle* yang memiliki konsep *eco building* yang memberikan nuansa modern namun *back to nature*."

Sutandi Purnomosidi  
Marketing Director Pakuwon Group

### Tetap Bisa Shopping dan Menikmati Event Menarik

Renovasi TP sudah dimulai sejak pertengahan Agustus lalu dan direncanakan selesai pada pertengahan 2014. Karena itu, TP 3 dan TP 4 diharapkan sudah lebih *fresh* pada saat itu. Wajah baru tersebut diharapkan siap menyambut kehadiran TP 5 yang direncanakan sudah dapat dikunjungi pada pertengahan tahun 2015.

Pengunjung tidak perlu khawatir terhadap aktivitas belanja dan *nongkrong* di TP yang terganggu karena renovasi tersebut. Sebab aktivitas mal tetap berjalan seperti biasa selama pembenahan. Pengerjaan dilakukan secara bertahap pada malam, sehingga tidak mengganggu kegiatan saat di siang hari. "Namun, manajemen memohon maaf jika ada ketidaknyamanan dari kegiatan renovasi itu," tutur Julie Wardhana, *Assistant General Manager* TP. Bahkan beragam event menarik tetap digelar selama masa renovasi, sehingga pengunjung tetap dapat menikmati beragam acara berkualitas.



**FLOWERY:** Nuansa muslim semi juga dihadirkan pada lantai koridor yang bermotif bebungaan



**TETAP RAMAI:** Pengunjung masih bisa menikmati beragam event menarik selama renovasi. Plants vs Zombies merupakan livenesshow yang baru saja digelar awal Oktober lalu.

**TUNJUNGAN PLAZA**